

ชื่อเรื่อง	การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์
ผู้ศึกษา	นางสาวบุญญาณี ทานเวช นางสาวสุดารัตน์ โมฆา
ครูที่ปรึกษา	นางสาวมณฑาทวี พูลเกิด
แผนกวิชา	การขายและการตลาด
ประเภทวิชา	บริหารธุรกิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียนนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคโยธธ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์ ของนักเรียนนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคโยธธ

สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาองค์ประกอบด้าน ผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่งคือ เรื่อง คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7211 อันดับสองคือ เรื่องมีการระบุวันหมดอายุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8888 และเรื่อง สินค้ามีการรับรองมาตรฐานทางราชการเช่นองค์กรอาหารและยา อ.ย. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่า 0.8944 ตามลำดับ

การศึกษาองค์ประกอบด้าน ราคา พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา อันดับหนึ่งคือ เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7937 อันดับสองคือ เรื่องราคาถูกพอ ๆ กับยี่ห้ออื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7416 และ เรื่องมีส่วนลดให้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9486 ตามลำดับ

การศึกษาองค์ประกอบด้าน สถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย อันดับหนึ่งคือ เรื่องมีสินค้าจัดจำหน่ายหลายแห่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6708 อันดับสองคือ เรื่องมีจำหน่ายร้านค้าใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7962 และ เรื่องมีจำหน่ายในร้านค้าใกล้ที่ทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7810 ตามลำดับ

การศึกษาองค์ประกอบด้าน การส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอันดับหนึ่งคือ เรื่องมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8426 อันดับสองคือ เรื่องมีคู่มือส่วนลดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.0630 และ เรื่องมีการร่วมโครงการรณรงค์ต่างๆ เพื่อสังคมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9899 ตามลำดับ

คำนำ

การศึกษาปัญหาพิเศษในครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีพร้อมทั้งได้ผลงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพราะได้รับความกรุณา และช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จากคณะครู แผนกวิชาการขายและการตลาด ที่ได้กรุณาเป็นที่ปรึกษา และได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยด้วยความเอาใจใส่ เป็นอย่างยิ่งมาตลอดผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลรอบข้างที่คอยเป็นแรงผลักดัน และให้กำลังใจคอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เสมอมา

ท้ายสุด ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมชั้นเรียนที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์อย่างที่ตั้งใจไว้

บุญญาณี ทานเวช
สุดารัตน์ โมฬะ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ตัวแปรในการศึกษา	2
ขอบเขตและข้อจำกัดในการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
กรอบแนวความคิดในการศึกษา	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	5
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	15
วิวัฒนาการของนมเปรี้ยวพร้อมดื่มพาสเจอร์ไรส์	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
3. วิธีดำเนินการศึกษา	23
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	23
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	24
การสร้างเครื่องมือในการศึกษา	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	25
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
เป็นแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์	31
เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ		43
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล		44
อภิปรายผล		46
ข้อเสนอแนะ		47
บรรณานุกรม		49
ภาคผนวก		50

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับชั้น	28
2. แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม แผนกวิชาที่กำลังศึกษา	29
3. แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ที่พักอาศัยในขณะที่ศึกษา	30
4. แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	30
5. แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อาชีพผู้ปกครอง	31
6. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนก ตามที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	31
7. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เหตุผลที่ท่านดื่มนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์	32
8. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรส์	32
9. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยี่ห้อของนมเปรี้ยว	33
10. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อที่ผู้บริโภครู้จัก	33
11. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การซื้อนมเปรี้ยวมีการซื้ออย่างไร	34
12. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การซื้อนมเปรี้ยวของผู้บริโภคจะซื้อจากแหล่งใด	34
13. แสดงจำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การซื้อนมเปรี้ยวของผู้บริโภคจะซื้อให้ใคร	35
14. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยว	35
15. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	36
16. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	37
17. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย38	
18. แสดง จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	39
19. แสดง ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและความหมายปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	40
20. แสดง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและความหมายปัจจัยด้าน ราคา	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
21. แสดง ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและความหมายปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	41
22. แสดง ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและความหมายปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	42